

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, I. F. (2018). *Pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal (Studi kasus konsumen Kripik rasa lokal di Everymart batik air cabang halim perdana kusuma)*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/5611/>
- Anggraeny, N. (2017a). *Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi kasus mahasiswa/i universitas Ghunadarma, Depok)*.
- Anggraeny, N. (2017b). *Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Ghunadarma, Depok)*.
- Bariyah, K. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/5615/>
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (8th ed.). Pearson Education.
- Evandio, A. (2020). *Samsung Jadi Merek Terkemuka di Asia*. Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20200714/280/1265571/samsung-jadimerek-terkemuka-di-asia->
- Gelu. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone samsung berbasis android pada toko aira phone shop jakarta*. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/article/view/74/6>
- 1
- Griffin, & Ebert. (2006). *Bisnis*. Erlangga.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (1st ed.). PT. Fajar Interpratama Mandiri.

- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11* (11th ed.). PT. raja grafindo persada.
- Jamilah, A. (2020). *Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Kotler, P. (2005). *Prinsip-prinsip pemasaran* (I. Handi (ed.); 1st ed.). PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & A. (2014). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (ketiga bel). erlangga.
- Kurniawan, F. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2319/2716#:~:text=Sebuah merek yang memiliki citra,dalam membuat sebuah keputusan pembelian.>
- Lailiyah, N. I. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap citra merek teh pucuk harum*. <http://eprints.umm.ac.id/40190/>
- Mowen, J. c. (2002). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Priyatno. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif*. Gramedia.
- Roslina. (2010). *Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya*. <https://www.e-jurnal.com/2013/11/citra-merek-dimensi-proses-pengembangan.html>
- Saidani, B. (2013). *PENGARUH IKLAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG SERI GALAXY (SURVEI PADA PELANGGAN ITC ROXY MAS)*.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/778>

- Santoso, suryono. (2015). *Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang di mediasi Oleh Citra Merek*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13023/12581>
- Schiffman, leon g, & Kanuk, L. (2006). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono, & Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PustakaBaruPess.
- Tjiptno, F. (2005). *Prinsip-Prinsip total quality service* (5th ed.). Andi.
- Widya, R. dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan handphone Samsung Terhadap Keputusan Pembelian*.
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/946>
- Wijaya, erwin adi. (2014). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa Jurusan...*
- Yudi setyowibowo. (2021). Meningkatkan di Masa Pandemi, Penjualan Smartphone Capai 650 Juta Unit. *Sindo News*.
<https://tekno.sindonews.com/read/451990/122/meningkat-di-masa-pandemi-penjualan-smartphone-capai-650-juta-unit-1623326789>